# 新媒体环境下广播电视新闻产业的发展与建设

摘　要：广播电视新闻产业，在文化传播、信息传递、公众舆论的引导方面发挥着不可替代的主流作用，是文化产业的重要组成部分。而新媒体的出现显然刺激了传统广播电视新闻产业的发展与建设。但是新媒体在普遍应用的过程当中，显然也产生了一些问题。本文立足于新媒体的概念、特点，尝试在分析传统广播电视新闻产业现状及问题的基础上，找出广播电视新闻产业的发展思路与方法。

关键词：新媒体；广播电视新闻产业；互联网传播
中图分类号：G203　　文献标识码：A
文章编号：1671-0134（2017）12-085-02　　DOI：10.19483/j.cnki.11-4653/n.2017.01.021

■文 / 吕立坤



## 1. 广播电视新闻产业发展史概述

中国广播电视新闻产业的发展最早始于近代，最初形式为广播电台，是外国人创办的，如 1923 年美国人澳斯邦在上海建立的“中国无线电公司”。1927 年，中国人有了自己的电台，即上海新新广播电台，创办于民间。1940 年，中国共产党开始领导广播事业的发展，建立了新华广播电台、人民广播电台等，1949-1966 年的 17 年间，中国的广播电视新闻事业开始真正建立体系，立足于省、市、中央三个层次，内容主要围绕生产建设。1979-1992 年，中国的广播事业开始改革，广播电视主持人也开始形成自己的个人风格，兴起了一股广播新闻文化风潮。1983 年起，中国开始发展电视产业，各类传播新闻电视产品开始如雨后春笋般涌出，中国的广播电视新闻产业开始迅猛发展，形成了多样化、细化、分化的特征。而进入 21 世纪以来，互联网传播加剧发展以及各类新媒体的横空出世，显然使传统广播电视新闻产业开始受到影响，其发展维度急需拓展创新。

## 2. 目前新媒体行业发展状况简述

新媒体，即当前用于信息传播的各种新渠道、新平台以及我们广泛应用于社会生活与工作当中的用于沟通的媒体、软件或者技术平台，如微信、微博、FACEBOOK 等。新媒体的一大特性是受众多，传播范围广，其强大的信息传播能力，使当前世界彼此的距离更短了，已经成为当下挑战传统传播媒体的一大强劲力量。以微博为例，2011 年微博快速崛起，目前有近半数网民在使用，比例高达 48.7%，成为民众获取及传播信息的重要渠道。新媒体正以强大的生命力挑战传统广播电视新闻产业的强劲实力。

## 3. 广播电视新闻产业可持续发展与建设的必要性

广播电视新闻产业，作为国家与政府的喉舌，担负着信息、政策理念、价值观念传递等许多重要职能，不仅能够促进社会和谐稳定，更能促进社会公众理念同一性的形成，促进社会文明发展。

## 4. 多元化的媒体类型与广播电视新闻产业的不同处

多元化的媒体类型，相对于传统的广播电视新闻产业，在互联网传播越发发达的今天，肯定是有许多不言而喻的优势，它与传统广播电视新闻产业的不同之处，可以总结如下。

### 4.1 时效性

在传统媒体新闻的传播方式当中，新闻事件须先经记者进行拍照、撰文，然后经电视台或者收音频道或纸媒进行传播，在这一过程当中记者个人可能因为各种原因产生一定的滞后性，从时效上来说，也是乏善可陈的。

相比之下，新媒体相对于媒体新闻的时效性优势便显而易见了，以微博或者微信为例，目击者的手机就是最便捷的信息传播工具，强大而便利的互联网构成加快了信息传播的速度，第一时间将最新发生的新鲜事告知公众，而不需要经过传统信息媒体冗繁的过程，其时效性便可见一斑。

### 4.2 广泛性

官方或者较为公众的媒体在信息的发布上，对信息事件对观点评判会综合考量，新媒体不同，其便利的信息获取流程可以为我们提供充分的现场证据，且普通大众人人都能参与信息事件的发声，在信息内容和信息视角上显然具备了广泛性，他们往往能向我们传播更为多元、真实和原装的新闻文化信息材料。

### 4.3 互动性

传统的媒体新闻传播渠道当中，消费者是受众，往往只能被动地处于看或者听的地位，无法公开参与观点阐述，互动性缺失，而在新媒体的问世，受众可以直接针对新闻、消息等进行补充、评论、探讨等，从而在这一过程当中，真正了解事件的细枝末节，并形成对该事件较为全面和正确的看

法，由此可见新媒体的互动性是可圈可点的，他提升了信息受众群体在文化信息传播过程中的自我体验。

### 5. 分析广播电视新闻产业目前现状与存在的挑战

#### 5.1 中国广播电视新闻产业目前的现状

中国广播影视正在开启以改革创新、提质增效为内涵的发展新常态，呈现几大趋势：以创新发展思路创优产业质量为着力点，高质量广播影视内容产品丰富多样、层出不穷；以重点工程为载体，广播影视公共服务标准化、均等化水平进一步提升；以转变职能为重点，加强依法行政依法管理；以全面深化改革为动力，向新型媒体集团迈进；以同步互联网传播为依托，革新升级广电互融发展模式，从整体上说，其发展前景是具有可见性的。

#### 5.2 中国广播电视新闻产业目前所面临的挑战

中国广播电视新闻产业所面临的最大挑战，是互联网传播的兴起以及新媒体传播方式的强势切入，它带来信息在整个人类社会的普遍透明，信息传播的速度加快。那么在这一过程中，最大的问题，就是信息过度曝光，容易造成真实信息的扭曲，或者信息的过度被加工，在缺乏专业信息视角的引导下，显然容易造成扭曲整个社会的认识、观点与价值观。比如前不久甚嚣尘上的“白血病女孩罗一笑”事件。公众的怜爱与帮助，最后居然是敛财的工具，可见新媒体信息传播方式下，信息被加工、炒作、戏剧化后对公众所带来的误导影响是巨大的，且具有一定伤害性。因此，中国广播新闻电视产业，当前所面临的最大挑战，是充分行使其价值观、文化的引导、塑造功能，带领公众形成正确的认知，从而避免公众被不正确的信息所误导。

### 6. 解决广播电视新闻产业当前发展问题的方案建议

#### 6.1 现有体制改革

传统媒体应当尽快改革固有传播体制，改变以往发展路径。以融合贯通的方式拓宽发展路径，发展以传统媒体为主融合多元化媒体渠道，营造其新媒体的客观实力。此外，传统广播电视新闻创业还需改革创新其内部竞争机制，拓展产业建设新思路，打造人人出主意、人人促发展的新格局，提高整体工作效率和质量。

#### 6.2 增质转型路径

新的信息环境下，广播电视新闻产业的职能区别于信息搬运，它不是单一迁徙问题，而是丰富资源优化应用。当前我国的产业竞争主要以用户为核心，传统广播电视新闻产业如果不能从其传统业务当中抽身出来，果断转型，将无法逃脱被冷落的命运。它们必须适应媒体融合的趋势，不断创新思维，全方位扩展其媒体业务。以成都传媒集团为例，成立至今，一方面妥善利用旗下的新媒体投资平台即博瑞传播有限公司的上市公司融资优势和网络平台优势，快速发展其新媒体产业，一方面积极探索传统媒体的创新发展空间，大力扶持新项目，努力推动旗下各媒体单位向新媒体的融合步调，带来了该集团发展的强劲生命力。

#### 6.3 增强从业人员业务能力

只有团结受众，深入受众，留住受众，才能切实帮助传统媒体在新媒体环境下永葆生机。广播电视新闻产业要做到手牵百姓，以推波助澜引领产业新浪潮。广播电视新闻产业首当其冲要做到质高产优，需要明确贯彻用人机制以及淘汰机制。在管理链条上显然要对从业人员进行业务能力引导及综合素质培养，提高自身竞争力，促进产业发展高度。广播电视新闻传播业务人员普遍具有较强的新闻敏感度、专业的传播视角、优质的论述能力。在全名参与传播的新媒体环境下，广播电视新闻产业从业人员应做到顺应趋势，持续发展自身优势，增熟专业技能。广播电视新闻产业从业人员显然只有在致力探索、成长、成熟吸纳用户群体的道路上切实强调效率竞争，才能有助于及时调整创新业务，丰富产业生存资源，始终保证行业的整体竞争力和融合特性。

### 7. 结论

总而言之，当前新媒体环境，对于广播电视新闻产业的发展与建设而言，既是挑战也是机遇，一方面新媒体的使用压缩了其生存空间，而另一方面，新媒体又带给了传统广播电视新闻产业新的发展思路与发展模式，其中最关键的一点，还是我们如何取其精华、弃其糟粕，使其能更好、更恰当地持续服务于公众。媒

### 参考文献

[1] 中国互联网络信息中心．中国互联网络发展状况统计报告 [R].2008（7）：5.

[2] 丹尼斯·麦奎尔．麦奎尔大众传播理论 [M]. 北京：清华大学出版社，2006：25.

[3] 孟建，赵元珂．媒介融合：粘聚并造就新型的媒介化社会 [J]. 国际新闻界，2006（7）.

[4] 翁铁慧．网络群体性事件与政府执政能力提升 [J]. 中共中央党校学报，2013（1）.

[5] 国务院．国务院办公厅关于进一步加强政府信息公开回应社会关切提升政府公信力的意见 .2013-10-01.

（作者单位：四川省成都有时文化传媒有限公司）